

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Geographica 16(2021)

ISSN 2084-5456

DOI 10.24917/20845456.16.9

*Natalia Lewandowska*

## Turystyka winiarska w Kolumbii Brytyjskiej w Kanadzie

### Streszczenie

Dynamiczny rozwój turystyki winiarskiej, nazywanej również enoturystyką, nastąpił od drugiej połowy lat 90. XX wieku. Obecne badania i artykuły na temat enoturystyki są ukierunkowane na motywy, miejsca turystów zainteresowanych turystyką winiarską. Z perspektywy produktu turystycznego, enoturystyka to popyt i podaż. To badanie form zachowań konsumenckich, turystów biorących udział w wycieczkach oraz podróżujących do regionów winiarskich. Ważnym aspektem turystyki winiarskiej jest sam komponent, czyli wino. Niewątpliwie od zamierzczłych czasów jest istotnym elementem kultury i rozwoju cywilizacji. Miało duży wpływ na zachowania danej społeczności, ale również wytwarzaniu nowych form kultury, w których wino było głównym motywem przewodnim. Są to między innymi festiwale, wydarzenia czy biesiady o tematyce wina. Wino odgrywało ogromną rolę w tworzeniu relacji między członkami danej społeczności, ale także jej podtrzymaniu. W niektórych kulturach na świecie, wino wciąż jest jednym z ważniejszych jej elementów i cech charakterystycznych. Nieodłączną częścią enoturystyki jest sposób wytwarzania wina, czyli proces jego produkcji. Dlatego odnotowuje się duże zainteresowanie wśród turystów turystyki winiarskiej, odwiedzinami winnic i winiarni. Uczestnicy chętnie biorą udział w prelekcjach i wykładach prowadzonych przez lokalnych przedsiębiorców, na temat produkcji wina.

Głównym motywem artykułu jest dynamiczny rozwój turystyki winiarskiej w przestrzeni turystycznej Vancouver. Do szczegółowych założeń niniejszego opracowania należy charakterystyka turystyki i jej rozwoju w Kolumbii Brytyjskiej, ze szczególnym uwzględnieniem regionów turystycznych, charakterystyka turystyki winiarskiej w Kolumbii Brytyjskiej, ze szczególnym uwzględnieniem podziału na regiony zagospodarowania turystycznego.

Turystyka winiarska jest nieodłącznym elementem wykreowanego produktu turystycznego. Ponadto, trasa zawiera aspekty kulturowe, społeczne oraz przyrodnicze. Trasa turystyczna zawiera elementy enoturystyki, które w znacznym stopniu nawiązują do turystyki kulturowej. W artykule zdefiniowano czym jest turystyka winiarska, oraz wyodrębniono jej rodzaje. Następnie scharakteryzowano główne motywy podróży turystów do regionów winiarskich. Uwzględniono również wpływ turystyki winiarskiej na przestrzeń miasta Vancouver oraz wpływ branży turystycznej na gospodarkę regionalną. W dalszej kolejności został poruszony temat turystyki i ruchu turystycznego w Kolumbii Brytyjskiej. W ramach zobrazowania natężenia ruchu turystycznego, dokonano także analizy danych statystycznych dotyczących liczby turystów z poszczególnych krajów. Bez wątplenia przemysł turystyczny jest jednym

z największych gałęzi gospodarki w Kolumbii Brytyjskiej. Prowincja jest zaliczana do najbardziej popularnych wśród podróźnych destynacji turystycznych na zachodnim wybrzeżu Kanady.

## **Wine tourism in British Columbia, Canada**

### **Abstract**

The dynamic development of wine tourism, also known as enotourism, started in the second half of the 1990s. Current research and articles on enotourism focus on the motives and places of tourists interested in wine tourism. From the perspective of a tourism product, enotourism is both supply and demand. It is a study of the forms of consumer behavior, tourists taking part in excursions and traveling to wine regions. An important aspect of wine tourism is the component itself, which is wine. Undoubtedly, it has been an important element of culture and the development of civilization since ancient times. It had a great influence on the behavior of a given community, but also on the creation of new forms of culture in which wine was the main theme. These include festivals, events and feasts about wine. Wine played a huge role in creating relationships between members of a given community, but also in maintaining it. In some cultures around the world, wine is still one of its most important elements and characteristics. An inseparable part of enotourism is the method of producing wine, i.e. the process of its production. That is why there is a lot of interest among tourists in wine tourism, visits to vineyards and wineries. Participants are willing to take part in lectures and lectures by local entrepreneurs on wine production.

The main theme of the article is the dynamic development of wine tourism in the tourist space of Vancouver. The detailed assumptions of this study include the characteristics of tourism and its development in British Columbia, with particular emphasis on tourist regions, and the characteristics of wine tourism in British Columbia, with particular emphasis on the division into tourist development regions.

Wine tourism is an inseparable element of the created tourism product. Moreover, the route includes cultural, social and natural aspects. The tourist route contains elements of enotourism that largely relate to cultural tourism. The article defines what wine tourism is and distinguishes its types. Then, the main motives for tourists' travel to wine regions are characterized. The impact of wine tourism on the Vancouver city space and the impact of the tourism industry on the regional economy were also taken into account. Next, the topic of tourism and tourism in British Columbia was raised. As part of illustrating the intensity of tourist traffic, the statistical data on the number of tourists was also analyzed from individual countries. Undoubtedly, the tourism industry is one of the largest industries in British Columbia. The province is one of the most popular travel destinations for travelers on the west coast of Canada.

**Słowa kluczowe:** Kanada; Kolumbia Brytyjska; turystyka winiarska;

**Key word:** Canada; British Columbia; wine tourism;

Otrzymano: 21.05.2021

Received: 21.05.2021

Zaakceptowano: 04.09.2021

Accepted: 04.09.2021

**Sugerowana cytacja / Suggested citation:** Lewandowska N. (2021). Turystyka winiarska w Kolumbii Brytyjskiej w Kanadzie. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica*, 16, 140–156, doi: 10.24917/20845456.16.9

## Wprowadzenie

Od zarania dziejów wino odgrywało ogromną rolę w kulturze. Już w starożytności organizowane festiwale czy biesiady o charakterze hedonistycznym. Podczas takich zgromadzeń często konsumowano wino. Oprócz elementów rozrywkowych i relaksacyjnych, wynikających ze spożycia trunku, jest jeszcze aspekt symboliczny. W kulturze jedzenie oraz picie ma wartość społeczną, która zbliża do siebie daną społeczność. Dlatego od pokoleń wino i jego produkcja zakorzeniły się w życiu całej cywilizacji.

Rozwój turystyki winiarskiej nastąpił dopiero w latach 90. XX wieku. Natomiast badania nad oceną wpływu enoturystyki na ruch turystyczny, rozpoczęto na początku XXI wieku. Jest to bez wątpienia nowa forma turystyki. Postęp w badaniach tego zjawiska zapoczątkował zwiększenie zainteresowania wśród turystów enoturystyką. Rosnąca popularność odbywania podróży w celach degustacji win, umożliwiła lokalnym przedsiębiorcom rozwój działalności. Enoturystyka to nie tylko kosztowanie wina, ale również szeroka oferta festiwali, pokazy oraz zwiedzanie winnic. Wciąż powiększa się ofertę turystyczną pod kątem enoturystyki, ze względu na wzrastającą popularność wśród podróżnych.

## Cel i zakres badań

Głównym celem artykułu była charakterystyka turystyki winiarskiej w Kolumbii Brytyjskiej, z czego finalną częścią jest propozycja trasy turystycznej w Vancouver. Sformułowane cele osiągnięto poprzez analizę zbioru materiałów źródłowych, do których należą: przewodniki, książki, artykuły naukowe i popularnonaukowe, sprawozdania i raporty, foldery i broszury reklamowe oraz strony internetowe. Przeprowadzono również kwerendę biblioteczną z dziedziny turystyki miejskiej i enoturystyki. Zostały także zebrane i przeanalizowane dane statystyczne, które dotyczą turystyki krajowej oraz międzynarodowej w Kolumbii Brytyjskiej.

Wykreowana trasa turystyczna w centrum Vancouver jest kwintesencją najbardziej atrakcyjnych obiektów oraz miejsc na terenie miasta. Głównym celem było wykreowanie gotowego produktu turystycznego. Jest to propozycja dla osób chętnych odwiedzić miasto Vancouver oraz najatrakcyjniejsze regiony Kolumbii Brytyjskiej. Zostały wybrane atrakcje turystyczne, które są według autorki warte uwagi i mają szczególne znaczenie w historii miasta. To przede wszystkim obiekty i miejsca mające duży wpływ na ruch turystyczny i atrakcyjność regionu. Nie bez powodu Kolumbia Brytyjska jest jedną z najbardziej popularnych destynacji turystycznych w Kanadzie. Autorka podczas tworzenia trasy turystycznej scharakteryzowała transport, czyli sposób i czas poruszania się między punktami. Kolejnym etapem była charakterystyka bazy noclegowej i gastronomicznej. Większość obiektów noclegowych znajduje się w centrum miasta, tak aby czas podróży był jak najkrótszy. W bazie gastronomicznej uwzględniono najwyżej oceniane restauracje, browary rzemieślnicze i winnice, wśród lokalnej społeczności.

## Charakterystyka turystyki w Kolumbii Brytyjskiej

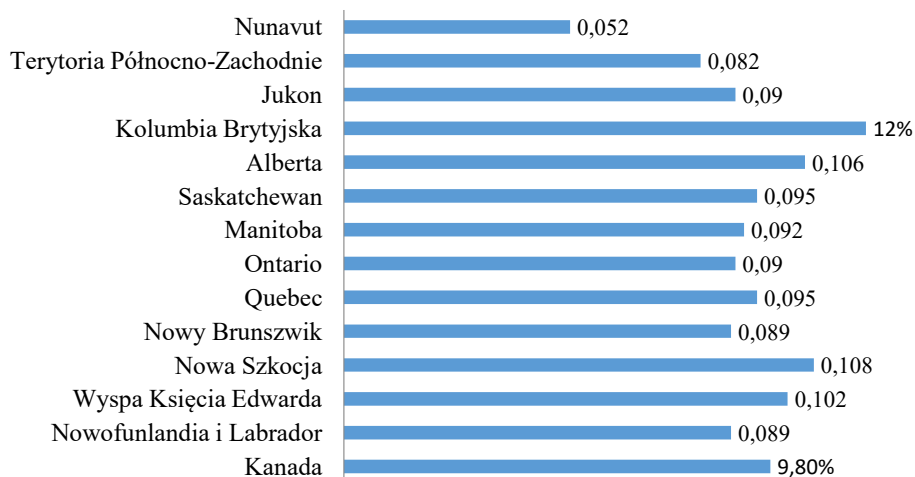
Rozwój i promocja przemysłu turystycznego zostały powszechnie uznana za czynniki mające pozytywny wpływ na gospodarkę, szczególnie w regionach słabiej rozwiniętych. Pozwoliło to na zapewnienie nowych miejsc pracy, dodatkowego dochodu oraz wpłynęło na ogólny postęp regionalny. Infrastruktura turystyczna przyciąga nowe gałęzie przemysłu oraz korzyści niefinansowe, takie jak udogodnienia. Jest to korzystne dla miejscowej społeczności, ponieważ nowo powstała baza turystyczna służy nie tylko turystom, lecz także mieszkańcom. Przemysł turystyczny pozwala również mieszkańcom poszerzyć punkt widzenia i docenić inne kultury (Cooke, 1982). Zważając na wzrost masowej turystyki i częstotliwość podróży do odległych regionów, odnotowuje się znaczne korzyści finansowe. Natomiast ważniejszym aspektem są szybko rosnące dowody na to, iż turystyka jest ogromnym czynnikiem przemian społecznych. Negatywny skutek udostępniania infrastruktury turystycznej na kulturę gospodarzy mają przede wszystkim wartości, postawy i styl życia turystów (Cooke, 1982).

Turystyka jest w Kolumbii Brytyjskiej trzecią co do wielkości branżą generującą dochody. Istnieje duży potencjał dla jej dalszego rozwoju ze względu na jakość i różnorodność atrakcji naturalnych oraz stworzonych przez człowieka. Wiele miejsc szybko zyskuje międzynarodową renomę, poprzez uprawianie aktywności takich jak narciarstwo zjazdowe i wędkarstwo sportowe. Na odczucia i doświadczenie turystów w Kolumbii Brytyjskiej mają wpływ wyjątkowe otoczenie naturalne i historyczno-kulturalne. Przykładem jest gorączka złota z lat 60. XIX wieku oraz kultura rdzennych Indian zachodniego wybrzeża (Cooke, 1982).

W ciągu ostatnich kilku lat odnotowano znaczny wzrost liczby turystów i powstających nowych przedsiębiorstw turystycznych w prowincji. Zatrudniono rekordową liczbę pracowników w branży turystycznej. Kolumbia Brytyjska to szybko rozwijający się region turystyczny w Kanadzie. Oprócz tego, że turystyka jest głównym motorem gospodarczym prowincji, to jest także jedną z konkurencyjnych branż w gospodarce światowej (Power Of Tourism Brochure, 2020). Turystyka wzmacnia postrzeganie Kolumbii Brytyjskiej na tle międzynarodowym, mając pozytywny wpływ na inwestycje, handel, edukację i imigrację. Poprawia także jakość życia mieszkańców prowincji, poprzez tworzenie nowych miejsc pracy i wydarzeń, np.: muzea i galerie, parki i obiekty rekreacyjne, festiwale, imprezy sportowe.

W 2018 roku branża turystyczna wygenerowała przychody w wysokości ponad 20 miliardów dolarów, co oznacza wzrost o prawie 5% w stosunku do 2017 roku. Przychód z eksportu w 2018 roku wyniósł prawie 7 miliardów dolarów, odnotowując wzrost o ponad 8% od 2017 roku. W 2018 roku zarejestrowano 19 326 przedsiębiorstw turystycznych, zatrudniających ponad 300 tysięcy pracowników. Większa część prowadzonych działalności gospodarczych to małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne. Ponad 40% tych przedsiębiorstw funkcjonuje w regionie Vancouver-Lower Mainland, w którym odnotowuje się najwyższy odsetek zatrudnienia. Statystycznie turystyka zapewniła pracę mniej więcej 1 na 16 osób zatrudnionych w Kolumbii Brytyjskiej (Power Of Tourism Brochure, 2020).

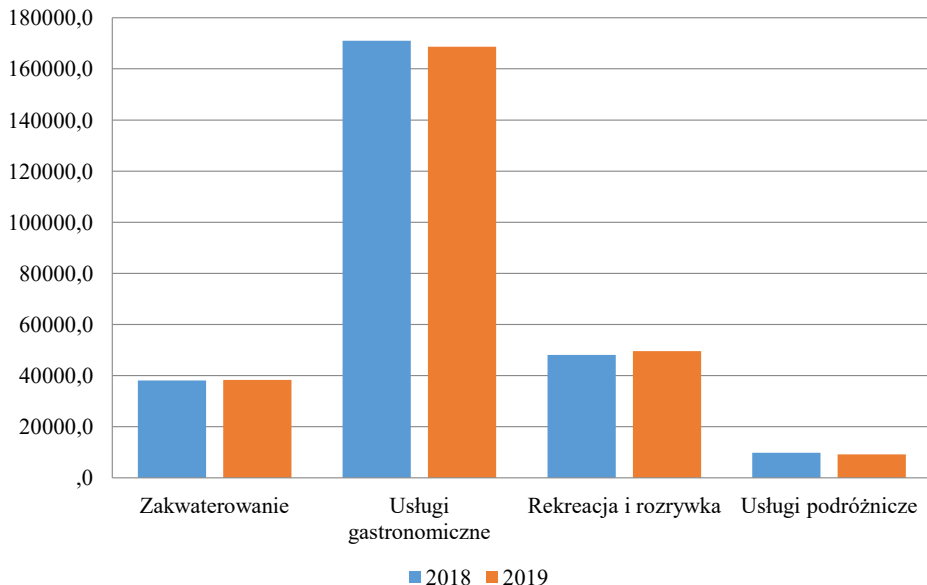
Z danych statystycznych z 2019 roku wynika, że w sektorze turystycznym zostało zatrudnionych prawie 2 miliony osób w całym kraju ([www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)).



Ryc. 1. Udział miejsc pracy w branży turystycznej w 2019 roku

Źródło: Opracowanie własne autorki na podstawie [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)

W 2019 roku turystyka zapewniała 9,8% wszystkich miejsc pracy w całym kraju. Natomiast Kolumbia Brytyjska posiada najwyższy udział miejsc pracy w sektorze turystycznym – 12% ([www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)).



Ryc. 2. Zatrudnienie w poszczególnych sektorach turystyki w Kolumbii Brytyjskiej

Źródło: Opracowanie własne autorki na podstawie [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)

Ogółem liczba osób zatrudnionych w turystyce w 2019 roku wyniosła 309 305. Ponad połowa zatrudnionych to kobiety. Największy udział w zatrudnieniu biorą osoby między 15–24 rokiem życia. Młodzi w sektorze turystycznym odgrywają znaczącą rolę i stanowią prawie 30% zatrudnienia ([www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca)).

## Ruch turystyczny w Kolumbii Brytyjskiej

Turystyka odgrywa kluczową rolę w Kolumbii Brytyjskiej. Prowincja ta jest największym regionem pod względem liczby turystów, ale także najchętniej wybieranym regionem turystycznym na zachodzie. Do najpopularniejszych aktywności związanych z turystyką należą: sporty zimowe, wędrowki górskie oraz rejsy wycieczkowe. Ze względu na prężnie rozwijającą się branżę turystyczną w prowincji wydzielono sześć regionów turystycznych ([www2.gov.bc.ca](http://www2.gov.bc.ca)).

Vancouver, Coast and Mountains jest najchętniej odwiedzanym regionem w Kolumbii Brytyjskiej. Jego powierzchnia wynosi 41 tysięcy kilometrów kwadratowych (Regional Tourism Profile, 2017). Region dzieli się na cztery różne obszary. Każdy charakteryzuje się odrębną scenerią i oferuje szeroki zakres aktywności. W Metro Vancouver najczęściej wybieranymi aktywnościami są: golf, spływy kajakowe, jazda na nartach. Mighty Fraser Country to tereny dolin i kanionów, w których znajdują się ślady poszukiwaczy złota z XIX wieku. Subregion charakteryzuje się wieloma szlakami turystycznymi, gorącymi źródłami oraz największą populacją jesiotra na rzece Fraser. Popularną aktywnością jest łowienie i wypuszczanie jesiotra, ponieważ jest to gatunek chroniony (Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014). Tereny Sunshine Coast to 180 kilometrów dziewiczej linii brzegowej. Jest to idealne miejsce dla osób uprawiających żeglarstwo. Jest to obszar z parkami morskimi, dzikimi zatokami i naturą w małym stopniu przekształconą przez człowieka. Można się tam dostać promem, statkiem lub samolotem, będąc łatwo dostępnym dzikim odcinkiem wybrzeża regionu Vancouver, Coast and Mountains. Subregion Sea to Sky Highway to miejsce z wieloma jeziorami polodowcowymi o charakterystycznym błękitnym kolorze. Latem można wybrać się na wędrowkę górską, przejażdżkę rowerem górskim lub skorzystać z lekcji golfa. Natomiast zimą uprawiać narciarstwo, snowboard lub wybrać przejazd tyrolką nad zaśnieżonym lasem (Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014).

W 2018 roku Kolumbia Brytyjska zarejestrowała ponad 11 milionów wizyt jednodniowych, generując przy tym 6,9 miliarda dolarów zysku. Największe wpływy finansowe otrzymały restauracje – 12,2 miliony (Provincial Tourism Indicators 2018 Year in Review). Ilość pobytów jednodniowych stanowiła 49% i 52% dochodu prowincji. Najliczniejszą grupą turystów stanowili mieszkańcy prowincji – 48%. Spoza granic prowincji najwięcej podróżnych pochodziło: ze stanu Waszyngton – 9%, Alberta – 6%, Ontario – 5%, stanu Kalifornia – 4%. Region Vancouver, Coast and Mountains odwiedziło ponad 9 milionów osób, generując przy tym 4,8 miliarda dolarów (Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014). Wizyty jednodniowe stanowiły 62% i 44% wydatków turystów w porównaniu do całej prowincji. Ilość wizyt turystów zagranicznych stanowiła 38% i 56% wygenerowanego przez nich dochodu. Mieszkańcy prowincji podróżujący do Vancouver, Coast and Mountains średnio zatrzymywali się na 2,4 nocy, wydając 107 dolarów za noc. Inni podróżni

zatrzymywali się na 5,1 nocy, wydając przy tym 146 dolarów za noc. Średnia długość pobytu grup ze Stanów Zjednoczonych wyniosła 3,2 nocy, przy wydatkach 171 dolarów za pobyt. Największą grupą podróżnych byli turyści międzynarodowi, których średnia pobytu wyniosła 14 nocy i ich wydatek wyniósł 81 dolarów za pobyt. Ponad połowę wszystkich noclegów w regionie stanowił pobyt u rodziny i przyjaciół, z wyjątkiem podróżnych ze Stanów Zjednoczonych. Ich pobyt skupiał się głównie w hotelach. Wykorzystanie pól kempingowych nie było tak powszechne jak w innych regionach turystycznych. Szczyt sezonu szacuje się na miesiące letnie, zwłaszcza wśród turystów międzynarodowych. Okres od października do marca to sezon narciarski, który również wpływa na ilość wizyt (Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014). Większość turystów najchętniej wybierała aktywność na świeżym powietrzu, m.in.: spacer po plaży, wędrowki piesze, biwakowanie, odwiedzanie parków narodowych lub prowincjonalnych. Niektóre wydarzenia kulturalne, odwiedzanie miejsc historycznych, muzeów i uczestniczenie w festiwalach (Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014).

Tab. 1. Liczba turystów i ich wydatki na cele turystyczne z 2014 roku

Region turystyczny	Ogółem		Udział regionalny	
	Liczba turystów (wszystkie przyjazdy)	Wydatki	Procentowy udział turystów	Wydatki
Vancouver, Coast & Mountains	9 225 000	4 812 306 USD	49%	52%
Vancouver Island	4 430 000	1 767 065 USD	23%	19%
Thompson Okanagan	3 721 000	1 405 721 USD	20%	15%
Kootenay Rockies	2 070 000	654 286 USD	11%	7%
Northern British Columbia	936 000	412 398 USD	5%	4%
Cariboo Chilcotin Coast	528 000	169 715 USD	3%	2%
Suma turystów w Kolumbii Brytyjskiej	18 944 000	9 221 492 USD	-	-

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie [www.bcstats.gov.bc.ca](http://www.bcstats.gov.bc.ca)

Tab. 2. Liczba turystów przyjeżdżających do Kolumbii Brytyjskiej

Wyjazdy z noclegiem	Liczba turystów na rok 2018
Turyści krajowi	34 667
Turyści międzynarodowi	6 071 065
Turyści z USA	3 879 608
Turyści z Azji	1 326 458
Turyści z Europy	584 156
SUMA	11 895 954

Źródło: opracowanie własne autorki na podstawie Provincial Tourism Indicators 2018 Year in Review

Kootenay Rockies zwane także zapleczem górskim prowincji, ma powierzchnię 58 tysięcy kilometrów kwadratowych. Region tworzy system dolin i pasm górskich takich jak: Purcell, Selkirks oraz Monashees. Wschodnią granicę z Albertą wydzielają góry Canadian Rockies. Kootenay Rockies składa się z trzech okręgów regionalnych: East Kootenay, Central Kootenay i Kootenay Boundary (A Profile of the Kootenay Region, 2012). Obszar ten jest odizolowany, ponieważ cechuje się górzystym ukształtowaniem terenu. Bogactwo przyrodnicze przyczynia się do wzrostu gospodarki opartej na zasobach naturalnych, m.in. leśnictwo, hydroenergetyka. Region charakteryzuje się bogatą historią geologiczną, gdzie znajdują się duże pokłady minerałów. Posiada duży potencjał pod względem źródeł geotermalnych oraz wspinaczki (A Profile of the Kootenay Region, 2012). Największą atrakcją obszaru jest park narodowy Kootenay, zlokalizowany około 20 kilometrów od granicy z Albertą. Krajobraz parku cechuje się głębokimi kanionami z kaskadami i źródłami geotermalnymi (Miles, 2006). Najliczniejsza grupa turystów pochodzi z Alberty – 47%. To jedyny region, w którym mieszkańcy prowincji nie są wiodącą grupą podróżnych. W 2014 roku do Kootenay Rockies przyjechało ponad 2 miliony turystów, generując ponad 650 tysięcy dolarów przychodu. Przyjezdni z całego kraju stanowili 81% odwiedzających, a turyści międzynarodowi 19%. Średnia pobytu wszystkich przyjezdnych to 3,2 nocy i 98 dolarów wydatku za dobę. Podróżujący z prowincji średnio zatrzymywali się na 2,4 nocy, wydając 86 dolarów za noc. Najdłuższy okres pobytu przypada na turystów międzynarodowych, gdyż średnia wynosi 5,5. Najwięcej pieniędzy wydali podróżujący ze Stanów Zjednoczonych – 126 dolarów (Kootenay Rockies Travel Experience Guide, 2014).

## Turystyka winiarska w regionie Greater Vancouver

Wczesne badania nad turystyką winiarską rozwinęły się w latach 90. Pierwsza konferencja dotycząca tej formy turystyki odbyła się w Australii. Dopiero w późniejszym okresie zaczęto doceniać wpływ enoturystyki na ruch turystyczny w danym



kraju. Wartość i wpływ z turystyki winiarskiej są udokumentowane w wielu krajach, w tym Australii, Kanadzie, Chile czy Francji (Getz, Brown, 2006).

Turystykę winiarską definiuje się jako podróżę w celu odwiedzenia winnic, festiwalu o tematyce wina, pokazów lub degustacji różnych odmian wina. Ta forma turystyki obejmuje nie tylko winnice, ale wszystkie obszary gospodarki regionalnej oraz obszary miejskie. To one generują większą część turystów zainteresowanych ekoturystyką. Wino, jedzenie, turystyka czy sztuka stanowią łącznie podstawowe elementy produktu turystyki winiarskiej. Zapewniają turystom pełen pakiet doświadczeń związanych z turystyką winiarską (Carlsen, 2004).

Enoturystyka to rodzaj turystyki, której motywem przewodnim są wizyty w winnicach oraz lokacjach, gdzie wino jest produkowane. Innym powodem wyjazdów są festiwale i targi, na których turysta ma możliwości degustacji wina. Konsumpcja, jak i produkcja wina dobywa się na obszarach wiejskich. To nieodłączny element turystyki winiarskiej, który jest korzystny dla turystów i przedsiębiorców (Głąbiński, 2018). Istotnym aspektem enoturystyki jest rozwój agroturystyki na obszarach o dogodnych warunkach uprawy winorośli. Turystyka winiarska to również związek produkcji wina z historią regionu. Turyści chętnie poznają historyczne elementy przestrzeni turystycznej, na której rozwija się enoturystyka. Ponadto turyści uczestniczący w takiej podróży, chętnie kupują wina od lokalnych producentów. Tym samym wpływa to na lokalną oraz regionalną gospodarkę. Ta forma turystyki ma również charakter edukacyjny. Wizyty w winnicach często są łączone z wykładami i spotkaniami z właścicielami winnic (Głąbiński, 2018).

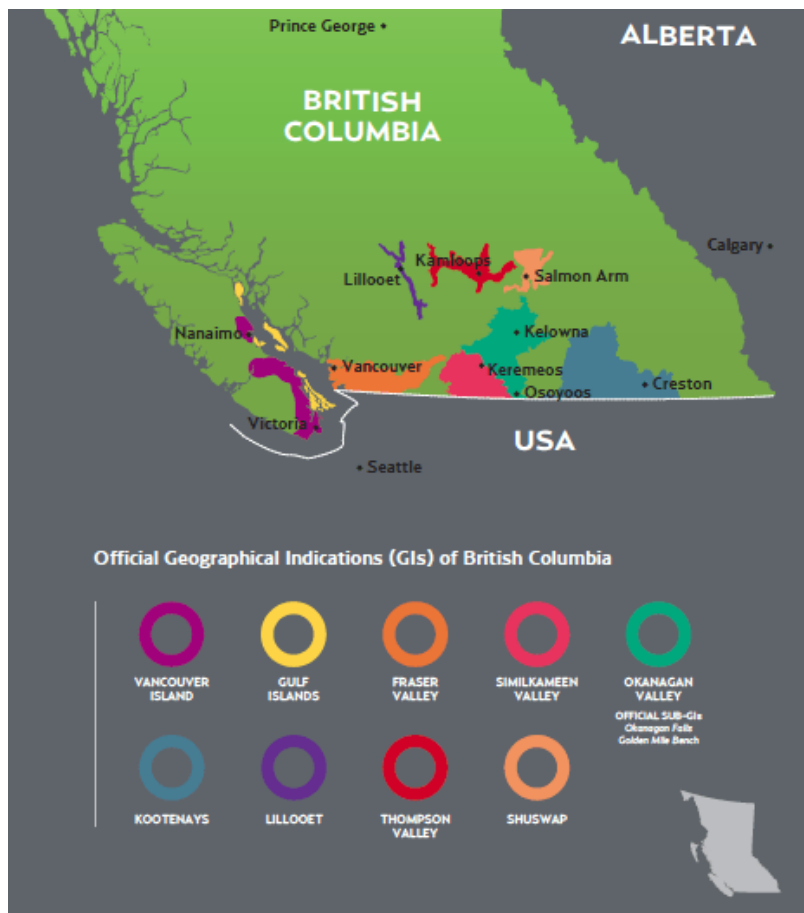
W literaturze wyróżnia się dwa typy czynników motywujących uczestników turystyki winiarskiej do podróży. Czynniki przyciągające lub motywujące zewnętrzne, przyciągają turystów do winnic i obejmują ogólną charakterystykę ich działalności. Za przykład można uznać: degustację wina i jego zakup, zorganizowane wycieczki grupowe, konsumowanie lokalnej kuchni w winnicy lub gospodach (Alebaki, Iakovidou, 2011). Czynniki napędzające, zwane także motywacjami wewnętrznymi, które mobilizują turystę do odwiedzenia winnicy to spotkania towarzyskie oraz z właścicielami winiarni, nauczanie o winie, relaks. Za kryterium celu wizyt uznaje się dwa typy uczestników turystyki winiarskiej, są to turyści wyspecjalizowani oraz turysta ogólny. Pierwszy typ odnosi się do osób odwiedzających winnice i winiarnie, festiwale wina lub pokazy wina w celach rekreacyjnych. Drugi typ obejmuje tych, którzy są przede wszystkim zmotywowani do odwiedzenia regionu winiarskiego z innych powodów (Alebaki, Iakovidou, 2011). Występuje również inny podział, który klasyfikuje uczestników enoturystyki na cztery odrębne grupy. Są to: turyści zwani zawodowcami, kulturowi, entuzjaści oraz okazjonalni. Pierwsza grupa dotyczy turystów, którzy zazwyczaj są bardzo dobrze wykształceni i posiadają wysokie dochody. Ich głównymi celami podróży są: zwiedzanie winnic, spotkania z osobą produkującą wino i chęć poznania metod wytwarzania wina. Druga grupa nawiązuje do turystów, którzy są zainteresowani nie tylko wizytą w winnicach i degustacją wina, ale również kulturą wina. Oprócz zainteresowania historią i kulturą wyrobu trunku, to „kulturowi” są zainteresowani elementami kultury lokalnej i regionalnej. Trzecia grupa to turyści, którzy pragną zdobyć wiedzę na temat wina i jego produkcji. Turystów okazjonalnych nie interesuje wnikliwe zdobycie wiedzy o winie i sposobie wyrobu, lecz tylko i wyłącznie chęć jego skosztowania (Alebaki, Iakovidou, 2011).

W ostatnim czasie gwałtownie wzrosła zarówno produkcja wina, jak i popularność turystyki winiarskiej. Jest to szczególnie zauważalne na obszarach poza tradycyjnymi regionami winiarskimi starego świata. Zglobalizowaną popularność enoturystyki można powiązać z rozpowszechnioną turystyką kulturową. Opór wobec globalizacji zapewnił ważne miejsce dla lokalnej konsumpcji produktów kultury, takich jak wino (Carmichael, Senese, 2012). Regiony winiarskie zapewniają doskonałą markę miejsca docelowego, poprzez regionalne oznaczenia nazw i regionu. Od dawna produkcja wina stanowiła ważny element światowej gospodarki kulturowej. Konsumpcja wina czy doświadczenie „winiarskiego” stylu życia doprowadziły do ekspansji przemysłu winiarskiego poza tradycyjny europejski świat wina. Utworzenie i prawnie określone nazwy regionów o chronionym oznaczeniu geograficznym, doprowadziło do zwiększenia atrakcyjności „brandingu” regionów. Przyczyniło się to do zwiększenia ilości zakładów winiarskich w wielu częściach świata. Największy rozrost został zarejestrowany w wiejskim krajobrazie Ameryki Północnej. Obecnie istnieje ponad 100 Amerykańskich Obszarów Uprawy Winorośli – American Viticultural Areas wino (Carmichael, Senese, 2012). W 2020 roku było ponad 10 tysięcy winnic, z czego najwięcej w stanie Kalifornia ([www.statista.com](http://www.statista.com)). Natomiast w Kanadzie w 2019 roku było ponad 740 licencjonowanych przedsiębiorstw ([www.ic.gc.ca](http://www.ic.gc.ca)). Atrakcyjność regionów winiarskich w Kanadzie jest oparta na różnorodności miejsc, w których elementy naturalne i kulturowe odgrywają istotną rolę. Dlatego każdy region jest w szczególny sposób oznakowany, nadana została mu marka (Carmichael, Senese, 2012).

## Regiony winiarskie w Kolumbii Brytyjskiej

Prężnie rozwijający się przemysł winiarski w Kolumbii Brytyjskiej przyciąga wielu winiarzy z całego świata. Każdy z wyszkolonych profesjonalistów wniósł własną wiedzę oraz pomysły, które pomagają ukształtować unikatowy styl i tożsamość regionów winiarskich (British Columbia Wine Institute 2019 Annual Report). Dlatego wyodrębniono dziewięć regionów winiarskich w Kolumbii Brytyjskiej. Wszystkie obszary upraw winorośli znajdują się w południowej części prowincji. Powodem takiego rozmieszczenia są warunki środowiskowe. Jest to związane z ciepłym i łagodnym klimatem, odmiennym aniżeli panująca w północnej części prowincji strefa umiarkowana chłodna ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Region wyspy Vancouver charakteryzuje się pięcioma odmianami szczepów winorośli, z czego dwie to odmiany czerwonego wina, a trzy białego. Produkcja wina rozpoczęła się we wczesnych latach 20. XX wieku. Na początku produkowane były wina z borówek przez przedsiębiorstwo Growers Wine Company ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Pierwszą winnicę otwarto w 1992 roku, a jej nazwa to Zanatta Winery. Obecnie istnieje ponad 430 obszarów plantacji winorośli oraz 32 licencjonowane winnice. Obszar cechuje się wyjątkowym nadmorskim środowiskiem, ze względu na bliskość Oceanu Spokojnego. Został również wyodrębniony subregion Cowichan Valley. Znajduje się tam najwięcej winnic, ponieważ obszar jest otoczony przez góry. Pasma górskie stanowi barierę przed burzami znad oceanu. Subregion cechuje się także długim sezonem wegetacyjnym z niskim ryzykiem mrozu ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).



Ryc. 3. Regiony winiarskie w Kolumbii Brytyjskiej

Źródło: [www.winebc.com](http://www.winebc.com)

Region Gulf Islands znajduje się na obszarze zatoki Strait of Georgia, która oddziela wyspę Vancouver od lądu. Obszar charakteryzuje się łagodnym klimatem, który sprzyja uprawie winorośli. Natomiast największą trudność w uprawie sprawia niedobór wody oraz susze w okresie letnim ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Do uprawy wykorzystuje się dwie odmiany ciemnych i jasnych winogron. W regionie jest 12 winnic, z czego 7 to licencjonowane winiarnie. Wina są produkowane na wyspach takich jak: Saturna, Salt Spring, Pender, Quadra, Hornby, Denman oraz Gabriola. Pierwsza winnica powstała w 1995 roku na wyspie Saturna. Wyspy są łatwo dostępne dla turystów, ponieważ są połączone za pomocą sieci promów i samolotów wodnych. W ramach zwiększenia atrakcyjności regionu organizowane są targi rolne i gastronomiczne promujące lokalną kuchnię ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Region doliny Fraser Valley obejmuje swym zasięgiem obszar Greater Vancouver. W skład tego obszaru zalicza się dystrykty, takie jak: miasto Vancouver, Surrey, Delta, Langley, Richmond, New Westminster, Abbotsford i Aldergrove. Klimat jest łagodny z niskim ryzykiem występowania mrozów, a gleby zawierają dużą ilość

cząsteczek organicznych. Podłoże jest idealne pod uprawę winorośli, jak i rolnictwa. Fraser Valley generuje ponad połowę rocznych dochodów z rolnictwa, na tle całej prowincji ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Do uprawy wykorzystuje się trzy odmiany białych winogron i jedną ciemnych. W regionie istnieje 25 licencjonowanych winnic, z czego pierwsza powstała w 1991 roku. Cechą charakterystyczną regionu jest wysoka jakość ręcznie robionych win. Najpopularniejsze wina to: owocowe, musujące, likierowe czy zwane także wzmacnianymi. Fraser Valley jest idealnym miejscem wypadowym na jednodniowe wycieczki, ponieważ jest położony blisko największej aglomeracji miejskiej w prowincji. Dla turystów jest to okazja do poszerzenia i zróżnicowania swojej wycieczki w mieście, a dla mieszkańców do odpoczynku. W ofercie niektórych winnic znajduje się możliwość degustacji lokalnej kuchni na farmach ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Region Similkameen Valley to dziewiczy obszar, który jest otoczony górami. Uznawany jest za ekologiczną stolicę Kanady, ponieważ słynie z małych gospodarstw i przedsiębiorstw wytwarzających wino. Znane są one z wysokiej jakości produkowanej żywności oraz nagradzanych win ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Pod uprawę wykorzystuje się trzy odmiany ciemnych winogron oraz dwie odmiany białych. W dolinie występują silne wiatry, które chronią winnice przed szkodnikami i chorobami roślin. Daje to idealne warunki do ekologicznego rolnictwa. Natomiast otaczające region góry, odbijają światło słoneczne wytwarzając ciepło, które na długo pozostaje w dolinie. Klimat jest suchy, ponieważ występujące wiatry zmniejszają wilgotność powietrza oraz gleb. Wiatr zmniejsza ryzyko powstania pleśni, co powoduje redukcję opryskiwania szczepów. W regionie znajduje się 15 licencjonowanych winnic, pierwsza powstała w 1984 roku ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Okanagan Valley jest największym pod względem produkcji wina regionem w Kolumbii Brytyjskiej. Ponad 88% przemysłu winiarskiego prowincji znajduje się na tym obszarze (Cartier, 2014). Obszar dzieli się na cztery oficjalne subregiony: Okanagan Falls, Golden Mile Bench, Skaha Benach oraz Naramata Benach ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Każdy z subregionów wyróżnia się odrębnym klimatem i warunkami glebowymi. Dolina słynie z najliczniejszych odmian winorośli, gdyż kultywuje się aż pięć odmian ciemnych i białych szczepów winogron. Klimat w Okanagan Valley jest szczególnie, ze względu na temperaturę w ciągu dnia, która może dojść do 40 stopni Celsjusza. Natomiast noce są chłodne, co umożliwia winorośli zachowanie kwasowości. To cecha charakterystyczna win produkowanych w Kolumbii Brytyjskiej. Cecha charakterystyczną regionu są rodzinne winnice butikowe, ale także światowej klasy. Obecnie znajduje się 185 licencjonowanych winnic. Winnica Calona powstała jako pierwsza w 1932 roku. Winiarnie posiadają bogatą tradycję i charakter, stamtąd pochodzi największa ilość nagrodzonych winiarni w międzynarodowych konkursach ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Region Kootenays jest zlokalizowany w południowo-wschodniej części prowincji. Jest to obszar charakteryzujący się licznym występowaniem rzek, jezior, łąk alpejskich, wodospadów oraz gorących źródeł ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Bliskie położenie gór umożliwia obserwację ośnieżonych szczytów. Kootenays jest jednym z najmłodszych regionów winiarskim, pomimo tego, iż rolnictwo jest kultywowane od kilku dekad. W regionie najczęściej sadi się dwie odmiany ciemnych oraz białych winogron. Istnieje 6 licencjonowanych winnic, z czego pierwsza powstała w 2001 roku. Atrakcyjność obszaru zwiększa jedno z największych jezior w prowincji – Kootenay

Lake. Jezioro jest długie, wąskie i głębokie, przypominające fiord. Turyści mogą na jeziorze popływać kajakami, co jest dla nich dodatkową atrakcją ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Lillooet jest jednym z najstarszych miast w Kolumbii Brytyjskiej. Znajduje się na południowej granicy regionu Cariboo Chilcotin. Klimat jest zbliżony do tego, który panuje w Okanagan Valley. Warunki klimatyczne cechują się długim, gorącym i suchym latem. Nocą temperatura jest stosunkowo niska, co wpływa na wysoki poziom kwasowości ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). W celu uprawy winorośli wykorzystuje się trzy odmiany białych i dwie ciemnych winogron. Przemysł winiarski w Lillooet został zapoczątkowany w 2004 roku, w którym to zasadzono pierwsze szczepy winorośli. Dopiero w 2011 roku powstała pierwsza winnica – Fort Berens. Obecnie funkcjonują dwie licencjonowane winnice ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Thompson Valley to region upraw winorośli w chłodnym klimacie. Położony w obrębie Gór Nadbrzeżnych oraz rzeki Thompson ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Skutkiem takiego ukształtowania terenu jest powstanie stepów oraz zróżnicowanego mikroklimatu. Dlatego pod uprawę wykorzystuje się dwie odmiany ciemnych i jasnych winogron. Thompson Valley zostało najpóźniej uznane za region winiarski w Kolumbii Brytyjskiej. Miało to miejsce w 2018 roku i zostało przyznane przez British Columbia Wine Institute. Aktualnie w dolinie funkcjonują cztery licencjonowane winnice. Natomiast Harpers Trail to pierwsza winiarnia, która została otwarta w 2012 roku ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

Shuswap to region, który jest jednym z najbardziej wysuniętych na północ obszarów winiarskich w Ameryce Północnej ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)). Shuswap cechuje się wysokim stopniem rocznych opadów atmosferycznych, dlatego potrzeba nawadniania jest minimalna. Wina są produkowane przeważnie z białych winogron przystosowanych do uprawy w chłodnym klimacie. Odmian szczepów białych winogron są cztery, a ciemnych tylko jedna. Przemysł winiarski w Shuswap funkcjonuje od 1997 roku, kiedy to powstała pierwsza winnica – Larch Hills Winery. Obecnie na terenie Shuswap istnieje 10 autoryzowanych winnic ([www.winebc.com](http://www.winebc.com)).

## **Propozycja trasy turystycznej z uwzględnieniem winnic i browarów rzemieślniczych**

W niniejszym artykule autorka pragnie przedstawić trasę turystyczną w centrum Vancouver. Głównym celem było wykreowanie gotowego produktu turystycznego. Jest to propozycja dla osób chętnych odwiedzić miasto Vancouver oraz najatrakcyjniejsze regiony Kolumbii Brytyjskiej. Zwrócono uwagę na winnice i browary, które umożliwiają skosztowanie lokalnych trunków. Lokale szczygą się dużą popularnością, ze względu na produkcję regionalnego wina i piwa. Dlatego trasa także zawiera w swej ofercie możliwość wzięcia udziału w wycieczkach po centrum, ukierunkowanych na testowanie i kosztowanie win, piw oraz lokalnych przysmaków.

Zależność jaką można dostrzec to fakt, iż przeważająca część restauracji znajduje się w bliskiej odległości od centrum. Dokonano takiego wyboru, aby odwiedzający mieli czas na skosztowanie lokalnych przysmaków. Każdy z uczestników wycieczki może modyfikować plan i kolejność atrakcji turystycznych na trasie. Kwestie wyżywienia i zakwaterowania zależą od preferencji i wysokości budżetu turysty. Dlatego rozważono szereg propozycji oraz zakres cenowy dla poszczególnych usług.

Natomiast autorce najbardziej zależało na uwzględnieniu charakterystycznych dla miasta miejsc oraz lokali. Kolejnym istotnym aspektem było wzięcie pod uwagę opinii osób, które skorzystały z winnicy czy browaru.

Ryc. 5. Wybrane winnice i browary

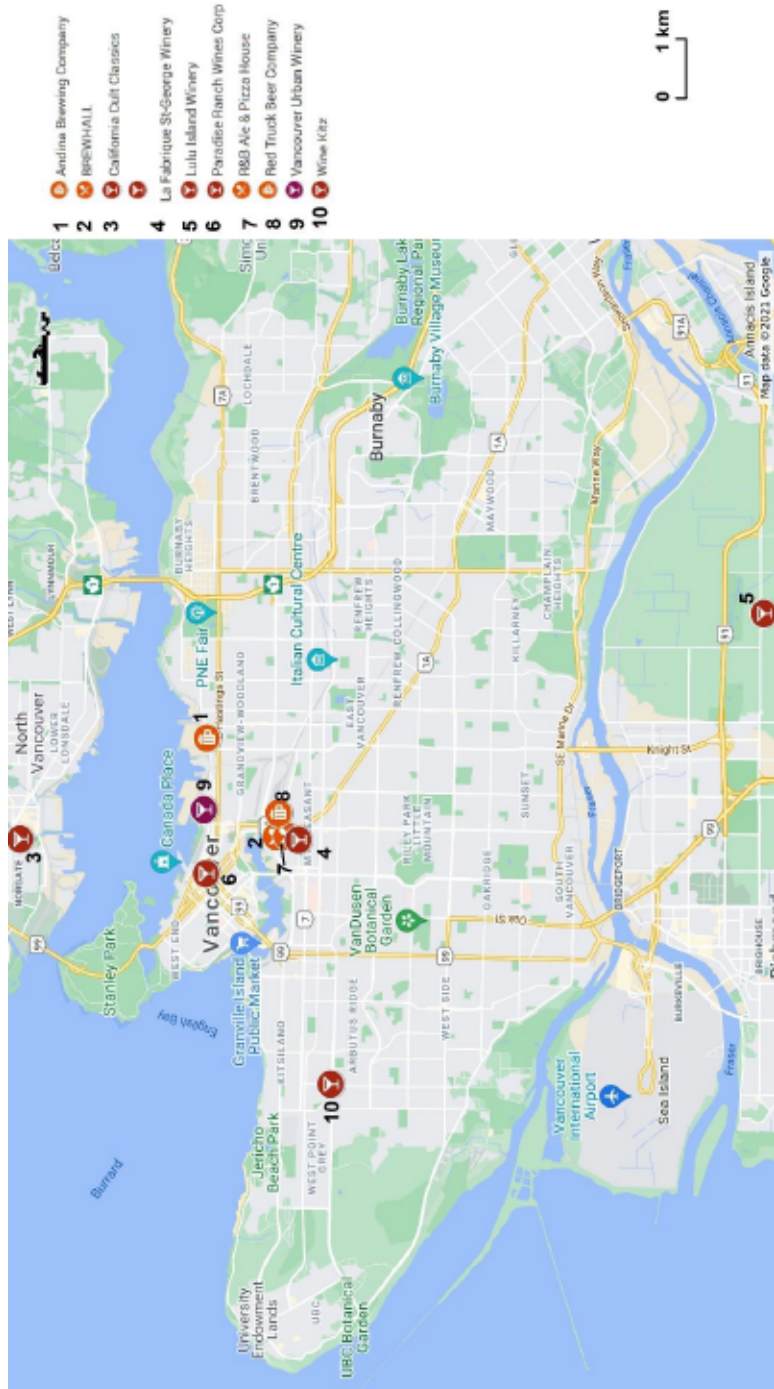
<b>Browary rzemieślnicze i winnice</b>	
Vancouver Urban Winery (winnica)	4,5
Andina Brewing Company (browar)	4,3
Brewhall (restauracja i browar)	4,1
Lulu Island Winery (winnica)	3,9
R&B Ale & Pizza House (restauracja i browar)	4,4
Red Truck Beer Company (browar)	4,3
Paradise Ranch Wines Corp (winnica)	5,0
La Fabrique St-George (winnica)	4,2
California Cult Classics (winnica)	5,0
Wine Kitz (winnica)	4,8

Źródło: opracowanie własne autorki.

Jedną z najlepiej ocenianych winiarni jest Vancouver Urban Winery. To mały lokal w centrum miasta, który oferuje ręcznie robione wina. W ich produkcji wykorzystuje się w stu procentach szczepy winorośli pochodzących z Kolumbii Brytyjskiej. W menu znajduje się 36 win dojrzewających w beczkach oraz dania z lokalnych produktów ([www.vancouverurbanwinery.com](http://www.vancouverurbanwinery.com)).

Najwyżej ocenianą winnicą jest California Cult Classics. W ofercie znajdują się wina produkowane z najrzadszych gatunków winorośli z regionu Napa Valley. California Cult Classic to także licencjonowany klub dla koneserów i miłośników wina. Każdy z członków jest odpowiedzialny za konkretną ilość wytwarzanego wina butelkowanego. Do produkcji wykorzystują winorośl z Napa Valley. W winnicy oprócz degustacji wina są organizowane wycieczki edukacyjne oraz zwiedzanie renomowanych winiarni ([www.californiacultclassics.com](http://www.californiacultclassics.com)).

Do najlepszych browarni w mieście należy R&B Ale & Pizza House. W obiekcie oferowane są również usługi gastronomiczne. Lokal znajduje się w historycznej dzielnicy Brewery Creek, we wschodniej części Vancouver ([www.randbbrewing.com](http://www.randbbrewing.com)). Od 1997 roku warzone jest ręcznie robione piwa typu „Ale”, z wysoką zawartością drożdży oraz jasne. Do specjałów browaru należą piwa, takie jak Vancouver Special IPA American oraz Hipster Haze IPA New England. Nazwa pierwszego piwa nawiązuje do architektury domów ze wschodniej części Vancouver, które budowano w latach 1965–1985. Nutami smakowymi piwa jest żywica, pomarańcza oraz gujawa. W 2017 roku zostało nagrodzone na BC Beer Awards, za najlepsze piwo w kategorii North American IPA. Hipster Haze IPA to piwo o łagodnym smaku, z nutami ananasa, mandarynki i papai. Do produkcji wykorzystuje się chmiel z regionu New England, w Stanach Zjednoczonych ([www.randbbrewing.com](http://www.randbbrewing.com)).



Ryc. 4. Lokalizacja winnic i browarów rzemieślniczych w przestrzeni Vancouver

Źródło: opracowanie własne autorki.

## Wnioski i podsumowanie

W artykule scharakteryzowano trasę turystyczną, która stanowi gotowy produkt turystyczny, stworzony pod kątem turystyki miejskiej i winiarskiej. Odzwierciedla ona charakter miasta Vancouver, z uwzględnieniem najistotniejszych atrakcji turystycznych. Wraz ze wzrostem populacji w metropoliach, zwiększa się potrzeba odpoczynku. Konsekwencją tego zjawiska jest zwiększony ruch turystyczny. Dlatego na przestrzeni lat rozwinęło się wiele form turystyki, w tym miejska oraz enoturystyka.

Turystyka winiarska to podróże, których głównymi motywem jest m.in. odwiedzanie winnic, degustacja wina, branie udziału w festiwalach i pokazach o tematyce wina. Oprócz elementów rozrywkowych, enoturystyka ma również aspekt edukacyjny. Przykładem może być organizowanie wykładów, w celu przedstawienia turystom etapów produkcji wina. Niewątpliwie turystyka winiarska ma duży wpływ na gospodarkę regionalną i lokalną. Wraz z postępem enoturystyki, zaczęła się rozwijać agroturystyka. W tej formie turystyki wyróżnia się tzw. krajobraz winny. Posiada on trzy najważniejsze elementy, a są to: winnice, działalność związana z produkcją wina i winiarnie, gdzie dane wino jest wytwarzane. Obecnie twierdzi się, że enoturystyka jest na tyle zglobalizowana, że jest porównywana do turystyki kulturowej. Coraz częściej podróżni wybierają za swój cel regiony winiarskie. Z pewnością ma na to wpływ promocja i marketing danych regionów oraz powstające organizacje na poziomie lokalnym i regionalnym. W Kolumbii Brytyjskiej istotnym elementem promocji jest współpraca między właścicielami winnic i winiarni. Tworząc jedną wspólną markę, która jest rozpoznawalna na całym świecie.

Podstawowym elementem wykreowanej trasy turystycznej jest zagospodarowanie turystyczne. W ofercie uwzględniono obiekty o charakterze kulturowym, jak i przyrodniczym. Pomimo tego, że trasa ukierunkowana jest na turystykę miejską i winiarską, turysta ma okazję nacieszyć się atrakcjami przyrodniczymi w pobliżu centrum Vancouver.

Z analizy wykreowanej trasy turystycznej, można wywnioskować, iż dany produkt turystyczny nie musi być nastawiony tylko i wyłącznie na jeden rodzaj turystyki. W ofercie znajdują się obiekty w centrum miasta, ale również wycieczki dodatkowe, takie jak obserwowanie wielorybów. Istotnym elementem w wyznaczeniu trasy i wyborze obiektów turystycznych, była jej różnorodność. Dlatego powstały produkt ma charakter uniwersalny, tak aby turysta znalazł dla siebie najbardziej interesujące miejsca. Całość przybiera format przewodnika turystycznego, który zawiera elementy turystyki miejskiej, enoturystyki oraz turystyki przyrodniczej.

Powstała trasa turystyczna została podzielona na kilka segmentów zagospodarowania turystycznego. Najistotniejszą kwestią było wyodrębnienie atrakcji turystycznych i ich charakterystyka, następnie opis bazy noclegowej, gastronomicznej oraz transportu. Zostały zawarte najważniejsze informacje dotyczące głównych aspektów trasy turystycznej oraz szczegółowe mapy z lokalizacją poszczególnych zabytków i elementów zagospodarowania turystycznego.



## Bibliografia

- Alebaki, M., Iakovidou, O. (2011). Market Segmentation in wine tourism: A comparison of approaches. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6.
- A Profile of the Kootenay Region, 2012.
- British Columbia Wine Institute Annual Report, 2019, Kelowna.
- Carlsen, J. (2004). A Review of Global Wine Tourism Research. *Journal of Wine Research*, 15, 1.
- Carmichael, B.A., Senese, D. M. (2012). *Competitiveness and Sustainability in Wine Tourism Regions: The Application of a Stage Model of Destination Development to Two Canadian Wine Regions*. The Geography of Wine. Springer.
- Cooke, K. (1982). Guidelines for Socially Appropriate Tourism Development in British Columbia. *Journal of Travel Research*.
- Cartier, L. (2014). The British Columbia Wine Industry: Can it compete with the big guys? *American Association of Wine Economists Working Paper*, 147.
- Getz, D., Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27, 146–158.
- Głąbiński, Z. (2018). Turystyka winiarska – problemy terminologiczne, konsumenci i możliwości rozwoju. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(42), 9-17.
- Kootenay Rockies Travel Experience Guide, 2014.
- Provincial Tourism Indicators: 2019 Year-in-Review, DESTINATION BC, 2020.
- Research, Planning & Evaluation, May 2017 Vancouver, Coast & Mountains Regional Tourism Profile.
- The Power Of Tourism , Destination BC, 2020 – raport.
- Vancouver, Coast & Mountains Travel Experience Guide, 2014 – Vancouver, Coast & Mountains Tourism Region.

## Netografia

- <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/201030/cg-c001-eng.htm> [dostęp: 11.11.2020]
- <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/en/tv.action?pid=3610063401&pickMembers%5B0%5D=1.11&pickMembers%5B1%5D=2.1&pickMembers%5B2%5D=3.1&pickMembers%5B3%5D=4.1&cubeTimeFrame.startYear=2015&cubeTimeFrame.endYear=2019&referencePeriods=20150101%2C20190101> [dostęp: 11.11.2020]
- <https://www2.gov.bc.ca/gov/content/data/geographic-data-services/land-use/administrative-boundaries/census-boundaries> [dostęp 01.10.2020]
- <https://www2.gov.bc.ca/gov/content/tourism-immigration/tourism-resources/value-of-tourism> [dostęp 20.11.2020]
- <https://winebc.com/> [dostęp 05.01.2021]
- <https://www.vancouverurbanwinery.com/> [dostęp 11.03.2021]
- <http://www.californiacultclassics.com/> [dostęp 11.03.2021]
- <https://www.randbbrewing.com/> [dostęp 11.03.2021]

**Notka biograficzna o autorze:** Natalia Lewandowska, mgr, absolwentka Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie na kierunku turystyka i rekreacja

**ORCID:** 0000-0001-9491-1558

**e-mail:** natalialewandowska97@gmail.com